



MÁSMOVIL ¡DESPIERTA!

A nova marca é a expressão mais visível de uma comunidade que tem a máxima energia, que sabe o que quer e que não se conforma com o que tem. Quer mais! Uma comunidade atenta à realidade que a rodeia e receptiva a um mundo repleto de possibilidades de comunicação.

MÁSMOVI ¡DESPIERTA!

O CONTEXTO

A operar no mercado espanhol desde o início de 2008, a MÁSmovil é um operador móvel virtual que enfrentava alguns problemas estratégicos que tinham de ser resolvidos. Criada com um tom irreverente, a marca era percebida como sendo demasiado jovem e brincalhona e, como tal, era apelativa apenas para um target mais jovem que sendo importante não era exclusivamente o pretendido.

O DESAFIO

O desafio da MYBRAND foi reposicionar a marca para um target mais adulto sem modificar totalmente a irreverência e a expressão visual, activos da marca que tinham de ser preservados. Por outro lado, era necessário definir um posicionamento diferenciador que não assentasse unicamente em baixo preço, que não acrescentava valor à marca nem era distintivo face à concorrência.

Neste contexto, efectuou-se uma análise do mercado espanhol com vista a identificar os benefícios mais relevantes para o consumidor espanhol, bem como, seleccionados os benchmarks mais relevantes do sector. Partindo dos benefícios identificados - confiança, transparência, oferecer os melhores preços do mercado, ser a escolha inteligente - chegou-se à ideia central da nova marca - Clever only - que representa uma forma de ser e de estar de um consumidor informado, prático, proactivo e consciente que está a fazer a melhor escolha. Atitude, transparência, inteligência e confiança foram os valores definidos para a nova marca.

Para sustentar o posicionamento, foi igualmente definida a assinatura ¡Despierta!, verbo acordar em espanhol, simbolizando uma comunidade que tem a máxima energia, que sabe o que quer e que não se conforma com o que tem. Quer mais! Uma comunidade atenta à realidade que a rodeia e receptiva a um mundo repleto de possibilidades de comunicação.



MÁSMOVIL ¡DESPIERTA!

Uma vez definidos os elementos estratégicos da marca, a expressão visual foi refinada tomando por base os seus elementos gráficos característicos – o símbolo, logótipo e a tipografia – que foram trabalhados de modo a transmitir mais sofisticação e modernidade à marca.

A nova marca é a expressão mais visível do carácter divertido, atrevido e actual de uma comunidade onde se combinam a alegria e a criatividade do povo espanhol.

A mão, símbolo da marca, foi igualmente redesenhada transmitindo uma postura descontraída, alegre, comunicativa.

A MYBRAND desenvolveu o estilo de comunicação com base no sentido de humor inteligente e sofisticado com vista a reforçar a personalidade dinâmica, jovem, próxima, arrojada e não convencional desta nova marca.

Foram igualmente desenvolvidas um conjunto de aplicações e um Manual de Estilo de Comunicação de modo a garantir a consistência da marca .

RESULTADOS

Em apenas 4 meses após o lançamento da marca, a Masmovil teve um aumento de 30% na base de clientes, passando de 72 mil para mais de 100 mil clientes.

